

Comparative Analysis of Russia's Balneological Resorts Competitiveness

¹Anna S. Bortkevich

²Larisa M. Romanova

¹Sochi State University, Sochi, Russia
Sochi, 26a Sovetskaya st.
E-mail: annabort111@mail.ru

²Sochi State University, Sochi, Russia
Sochi, 26a Sovetskaya st.
PhD, Assistant Professor
E-mail: Lmrom@mail.ru

Abstract. The article describes the current issues of Russia's resorts development, presents resorts comparative analysis and general data, concerning every region. The authors have come to the conclusion that competitive environment is the motive power for any resort and for the employees of resort facilities. Competitive analysis has been conducted in order to win customer preferences through the development and implementation of new services. As a result, it will help to capture the competitive share of the market, corresponding to the resort profile.

Keywords: competition; balneological resorts; resorts therapeutic factors; mineral waters.

Введение. Туризм по праву считается одним из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты, и оказывает влияние на платежный баланс страны [1].

В 2012 году курорты Краснодарского края посетили более 11 млн туристов. Исследования показывают, что 70 % туристов предпочитают посещать курорты Краснодарского края с целью отдыха и веселого времяпрепровождения, а чуть более 20 % путешественников прибывают в регион с целью оздоровительного туризма. Примечательно, что наиболее популярным курортом Краснодарского края по итогам 2012 г. является Ейский район, который привлекает 88 % туристов. Наиболее востребованными лечебными центрами являются Анапа, Геленджик и Темрюкский район. Как свидетельствуют данные опросов, выше 30 % туристов предпочитают проводить в регионе 10–14 дней, а 60 % путешественников желают снова посетить Краснодарский край [2].

Обсуждение. Туризм оказывает значительное влияние на развитие таких отраслей экономики, как строительство, транспорт, связь, торговля и производство товаров народного потребления, сельское хозяйство, выполняя роль своеобразного катализатора социально-экономического развития экономики регионов. Поэтому неслучайно, что интерес к этой деятельности возрастает с каждым годом, вовлекая в нее практически все страны мира, в том числе и Россию.

Для туризма характерна достаточно острая конкуренция. Курорты подвержены влиянию рыночных факторов, с которыми сталкивается любой курорт, работающий на конкурентном рынке.

В условиях рыночной конкуренции даже небольшие санатории, здравницы и базы отдыха нуждаются в собственной стратегии, от которой зависит успех бизнеса и развитие курорта в целом.

Конкурентная стратегия каждого санатория разрабатывается в соответствии со структурой спроса, своим положением на курорте и на конкретном рынке. Хорошо разработанная стратегия позволяет санаториям активнее влиять на происходящие на рынке изменения и оказывают большое влияние на развитие курорта.

Согласно Федеральному закону о защите конкуренции РФ от 26.07. 2006 N 135-ФЗ конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на

соответствующем товарном рынке; (статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, пункт 7).

По своей экономической сути, конкуренция – это борьба на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей. Помимо конкуренции между производителями (продавцами) существует и конкуренция между потребителями (покупателями) товаров и услуг. С точки зрения характера конкурентной борьбы различают совершенную (свободную) и несовершенную конкуренцию.

К критериям, являющимся основными характеристиками конкурентоспособности курортов, можно отнести.

1. Лечебные факторы курорта.

2. Уровень размещения, месторасположение, состояние материально-технической базы, качество территории, имидж.

3. Уровень цен.

Курорты в силу наличия лечебных факторов позиционируются, как климатические, грязевые или бальнеологические, а иногда и совмещают несколько позиций, как например, город Сочи.

Таблица 1.

Сравнительный анализ лечебных факторов курортов

№ п/п	Лечебные факторы	Курорты				
		Сочи	Ессентуки	Железноводск	Кисловодск	Пятигорск
1.	Минеральная вода	бювет со Старой Мацесты («Чвижепсе», «Пластунская», «Лазаревская», «Сочинская», «Псезуапсе». типы: гидрокарбонатная натриевая борная; гидрокарбонатно-хлоридная натриевая борная; гидрокарбонатно-хлоридная натриевая йодная; углекислая гидрокарбонатная натриево-кальциевая (кальциево-натриевая) мышьяковистая.	гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые воды; соляно-щелочный источник «Ессентуки-4», «Ессентуки-17», «Ессентуки-новая»	горячи и радоновые воды; слабоуглекислые термальные гидрокарбонатно-сульфатные натриево-кальциевые минеральные воды; основные источники — Славяновский, Смирновский, им. Семашко, Лермонтовский, скважины №64, 69, 70	«Нарзан»	горячие и радоновые воды
2.	Лечебные ванны	Мацестинские ванны <i>Сульфидные ванны</i> (изменяется (нормализуется) артериальное давление, замедляется пульс, повышается активность дыхательной		Грязевые ванны	Нарзан-ные ванны	Радоновые ванны

		функции. Изменяется течение нервно - рефлекторных процессов, обмен веществ в организме)				
3.	Терренкуры		различной степени сложности маршруты	терренкуры вокруг горы Железной		

Для бальнеологических курортов основным сравнительным показателем является наличие и состав минеральной воды. В таблице 1 приведены виды минеральных вод, присущие каждому курорту, а также лечебных ванн по показаниям лечения. При этом, терренкуры различной степени сложности есть только в Эссентуках и Железноводске.

Таблица 2.

Лечебный профиль курортов по видам заболеваний

№ п/п	Виды заболеваний	Курорты				
		Сочи	Эссентук и	Железноводск	Кисловодск	Пятигорск
1.	органы пищеварительной системы		+	+	+	+
2.	мочекаменные болезни и инфекция мочевыводящих путей		+	+		+
3.	хронических заболеваний органов кровообращения	+	+			+
4.	лечение нервной системы	+	+			
5.	опорно-двигательного аппарата	+	+		+	+
6.	заболевания уxo-горло-носа	+	+		+	+
7.	кожные заболевания	+	+			+
8.	нейроэндокринных расстройств	+				
9.	урологические и гинекологические заболевания	+	+	+		+
10.	Атеросклероза	+				
11.	Гипертонии	+				+
12.	облитерирующего ангиноза	+				
13.	хронических невритов	+				+

14.	ревматического поражения суставов	+				+
15.	вторичного бесплодия	+				
16.	после ожоговых и послеоперационных гипертрофических и келлоидных рубцов	+				

Главной целью посещения бальнеологических курортов является лечение. В таблице 2 приведены виды заболеваний, по которым есть показания пребывания на том или ином курорте. Лечение заболеваний зависит от состава воды (см. табл. 1). Из таблицы 2 можно сделать вывод, что наибольшее количество болезней лечится на курорте Пятигорск и Сочи. При этом КМВ специализируются на лечении заболеваний органов пищеварения и мочекаменные болезни и инфекция мочевыводящих путей преимущественно. Используются различные методики лечения. Температура минеральной воды при назначении общих ванн колеблется от 35°С до 37°С, местных мацестинских процедур — от 28°С и даже до 41°С. При этом, продолжительность процедуры, как правило, не превышает 10–15 минут.

Кроме того, важными факторами оздоровления выступают мягкий субтропический климат курорта Сочи и растительность. Так, на территории «Мацесты» растут высокие пирамидальные кипарисы, раскидистые магнолии, огромные гималайские кедры, пальмы и экзотические кустарники.

Дополнительные услуги, предлагаемые курортами, повышают привлекательность санатория и разнообразят досуг отдыхающих. К услугам детей и взрослых предоставлены кинозал, спортивная площадка, библиотека, игровые комнаты [3].

Таблица 4.

Перечень дополнительных оздоровительных услуг, предлагаемых санаториями, не входящие в путевку

№ п/п	Наименование услуги	Курорты				
		Сочи	Ессентуки	Железноводск	Кисловодск	Пятигорск
1.	кабинеты ручного массажа	+	+	+	+	+
2.	гидропатических процедур	+	+	+	+	+
3.	подводного душа-массажа	+	+	+	+	+
4.	подводного вытяжения	+		+		+
5.	морских жемчужных	+				
6.	вихревых ванн	+			+	
7.	сероводородных ванн	+				
8.	лекарственные фитованны	+	+	+	+	+
9.	грязевое обертывание		+	+	+	+

*Лечение осуществляется под врачебным контролем, при необходимости проводится ЭКГ.

По данным, приведенным в таблице 4, можно сделать вывод, что на всех курортах можно получить одинаковый набор дополнительных оздоровительных услуг. Специфика услуг зависит от место расположения курорта. Так, только на курортах КавМинВод природа уникальна. Одним из таких явлений является природный источник – озеро Тамбукан. Лечебная грязь из озера Тамбукан – это мощный оздоровительный фактор в комплексе лечения. Тамбуканская грязь состоит из органоминеральных коллоидных образований на вид невзрачного темно-серого или черного цвета чаще мазеподобной консистенции. Они образуются на дне озера Тамбукан (вода которого насыщена солью подобно Красному морю) [4].

Уникальные природные факторы курорта Сочи обусловили такие процедуры в лечебно-оздоровительном продукте как морские жемчужные ванны и сероводородные ванны. Предложение данных процедур возможно благодаря тому, что курорт находится на берегу Черного моря. Сероводородные источники, называемые также сульфидными, широко распространены на земном шаре, но используются в лечении больных главным образом в России, и в частности на курорте Сочи. Таким образом, уникальность природных факторов обуславливает специфику предложения каждого курорта в отдельности.

Анализ бальнеологических курортов России показал, что все курорты предлагают практически одинаковый перечень основных услуг, входящих в путевку, отличия только в лечебном комплексе, а также в дополнительных услугах, таких как наличие бассейна, теннисный корт, спортивных площадок, зала ЛФК и т.д. При этом данные факторы заметно влияют на цену путёвок. Сравнительный анализ цен представлен в таблице 5. Для сравнения курортов взята стоимость размещения в двухместном стандартном номере.

Коэффициент сезонности ($K_{сез}$) выражает отношение цены расчетного периода к цене периода, принятого за единицу, в нашем случае за единицу принята цена высокого сезона: Цена расчетного периода в нашем случае – это цена низкого сезона. $K_{сез} = (Цена_{min} / Цена_{max})$

* 100%

Таблица 5.

Сравнительный анализ сезонных изменений цен на двухместный стандартный номер курортов России в 2013 г.

Курорты России	2-х местный Стандарт, 1 категории (в рублях из расчета за 1 койко-место) Диапазон цен		Коэфф-т сезонности, %	Превышение цен высокого сезона над ценами низкого, раз
	min	max		
Сочи	1568	3731	41%	2,5
Кисловодск	2954	4315	72%	1,4
Железноводск	2685	4070	66%	1,5
Ессентуки	2060	3221	67%	1,5

Из таблицы 5 следует, что Сочи проигрывает основным конкурентам по ценовой политике. Так, превышение цен высокого сезона над низким составляет по отдельным санаториям 4 раза. В то время как в Железноводске данное соотношение – максимум в 2 раза.

За 2012 год курс лечения на курорте Сочи в среднем составляет 1500–2300 руб./сутки, и включал 4 врачебных осмотра, прием общих сероводородных ванн (Мацеста), ЭКГ (в том числе повторная). В стоимость путевки входит: трансфер (встреча-проводы), проживание (в деревянных домиках по 8–10 человек), 4-разовое питание. Средняя стоимость детской путевки на 21 день без лечения – 7350 рублей, с лечением – 8190 рублей.

Стоимость пребывания одного взрослого человека в 2-местном номере – 1035 рублей в день в осенне-зимний период. В эту стоимость входит лечение и питание. В летнее время стоимость путевки на 20 % дороже [3].

Практика показывает, что в условиях жесткой конкуренции на рынке складывается уровень цены, по которой потребитель готов покупать продукт определенного качества. Те производители, которые имеют цены выше этого рыночного уровня, испытывают трудности со сбытом.

Для предпринимательской деятельности в сфере туризма в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции. Конкуренция – один из существенных признаков туристского рынка. Она рассматривается как фактор, регулирующий соответствие частных и общественных интересов, как «невидимая рука» рынка (А. Смит), уравнивающая нормы прибыли в целях оптимального распределения труда и капитала. Под конкуренцией понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Степень развития рынка, сложность работы на нем во многом определяются особенностями конкурентной туристско-рекреационных предприятий. Являясь наиболее чувствительным индикатором активности предприятия, оказывает влияние на «туристское предложение», в частности, объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирования сбыта и т.д.

Анализ конкурентов и выработка конкретных действий в отношении главных соперников часто приносят даже больше пользы, чем существенный реальный рост на данном сегменте рынка. Зная сильные и слабые стороны конкурентов, можно оценить их потенциал, цели, настоящую и будущую стратегии. Это позволит стратегически точно сориентироваться на то, где конкурент слабее. Таким образом, предприятие может расширить собственные преимущества в конкурентной борьбе.

Практически все выдающиеся маркетинговые успехи предприятий основываются на использовании собственных лучших сил против слабых мест конкурентов. Сделать это удастся лишь при хорошо налаженной системе их исследования. Система маркетинговых исследований конкурентов дает туристскому предприятию возможность: 1) полнее оценить перспективы рыночного успеха, зная о деятельности конкурентов; 2) легче определять приоритеты; 3) быстрее реагировать на действия конкурентов; 4) вырабатывать стратегию максимально возможной нейтрализации сильных сторон конкурентов; 5) повышать конкурентоспособность и эффективность предприятия в целом; 6) обеспечивать информацией о конкурентах сотрудников предприятия и тем самым мотивировать их деятельность; 7) совершенствовать систему обучения и повышения квалификации персонала; 8) лучше защищать и расширять позиции предприятия на рынке [5].

Заключение. В результате можно сделать вывод, что конкурентная среда является движущей силой любого курорта, и работающих на рынке санаторно-курортных предприятий. Конкурентный анализ проводится с целью завоевания предпочтений потребителей путем разработки и внедрения новых услуг, что в конечном итоге позволит занять конкурентоспособную нишу на рынке, соответствующую профилю курорта.

Примечания:

Электронные ресурсы:

1. www.tourlib.net. – Интернет– портал Все о туризме. Туристическая библиотека.
2. www.tourprom.ru. – Интернет– портал Для профессионалов турбизнеса.
3. www.apteka.ru – Интернет– портал Все о лекарственных препаратах.
4. www.sanatorii-essentuki.com – Сайт Курортного агентства Ессентуки.
5. www.sportacadem.ru – Интернет– портал новостей спортивного туризма.

УДК 33

Сравнительная оценка конкурентноспособности бальнеологических курортов России

¹ Анна Сергеевна Борткевич

² Лариса Михайловна Романова

¹ Сочинский государственный университет, Россия

E-mail: annabort111@mail.ru

² Сочинский государственный университет», Россия

кандидат экономических наук, доцент

E-mail: Lmrom@mail.ru

Аннотация. В статье описываются текущие вопросы развития курортов в России. Проводится сравнительный анализ курортов, также приводятся общие сведения о деятельности по каждому региону в отдельности. В результате авторы приходят к выводу, о том что конкурентная среда является движущей силой любого курорта, и работающих на рынке санаторно-курортных предприятий. Конкурентный анализ проводится с целью завоевания предпочтений потребителей путем разработки и внедрения новых услуг, что в конечном итоге позволит занять конкурентоспособную нишу на рынке, соответствующую профилю курорта.

Ключевые слова: конкуренция; бальнеологические курорты; лечебные факторы курортов; минеральные воды.